

Avec les « 100 jours pouvoir d'achat », Intermarché renforce son dispositif contre la vie chère

Pour lutter contre le contexte inflationniste encore très marqué de cette rentrée, Intermarché renforce son engagement en faveur de la défense du pouvoir d'achat. À partir du 28 août, et pour une durée de 100 jours, l'enseigne lance un dispositif puissant et inédit qui combine l'ensemble de ses atouts *Producteurs & Commerçants* : une offre de 1 000 produits pouvoir d'achat, des produits frais très accessibles, des temps promotionnels d'envergure et de nouveaux avantages fidélité.

De 500 à 1 000 produits

- Après sa campagne « 500 produits anti-inflation », Intermarché poursuit et renforce significativement son combat pour la défense du pouvoir d'achat en proposant « 1 000 produits pouvoir d'achat » jusqu'à la fin de l'année. La totalité des rayons sont concernés (alimentaire, hygiène, entretien, papeterie...). Ces 1 000 produits, les indispensables du panier des consommateurs, se composent de 500 références à marques nationales et 500 références à marques de distributeur.
- Pour ces dernières, « Pâturages », « Monique Ranou », « Paquito », « Chabrior »..., Intermarché s'appuie sur les atouts de son modèle unique en France de *Producteurs & Commerçants* puisque c'est la seule enseigne à disposer de ses propres usines agroalimentaires et de sa flotte de pêche.
- L'enseigne propose chaque semaine, « le produit le moins cher de France ». Par exemple cette semaine, la brique d'1L de jus de pomme Paquito à 0,75 € – et la semaine prochaine de la glace à moins de 2 €.

Du pouvoir d'achat sur les produits frais

- Chaque fin de semaine, Intermarché continue de proposer son « marché anti-inflation » à des prix défiant toute concurrence, avec trois offres de produits frais (en poissonnerie, boucherie, fruits & légumes, charcuterie, fromage, boulangerie/viennoiserie). Par exemple cette semaine, l'enseigne propose du raisin à 1,30 €/kg, de la noix de Saint-Jacques à 3,00 €/100 gr et le lot de 4 baguettes à 1,10 €.
- Sur toute la durée des « 100 jours pouvoir d'achat », le filet de poisson blanc et le steak haché sont proposés à moins de 10 € le kg.
- De plus, les porteurs de la carte de fidélité bénéficient de 10 % en « avantage carte » sur les fruits & légumes frais tous les samedis et dimanches.

Des avantages et offres promotionnels contre la vie chère

- Durant les « 100 jours pouvoir d'achat » de nombreux avantages promotionnels et offres seront proposés aux clients de l'enseigne.
- Ce dernier trimestre sera ponctué par de nombreux temps forts. Par exemple, celui de la rentrée propose une offre papeterieⁱ « 100 % remboursés » en bons d'achat et « 50 % remboursés » pour l'hygiène et la beautéⁱⁱ.

« Nous avons voulu marquer notre engagement par un dispositif renforcé. Cela passe par le doublement du nombre de produits anti-inflation, réponse indispensable aux besoins quotidiens de nos clients mais aussi aux besoins plus saisonniers comme les fournitures scolaires pour la rentrée. Les Français ayant, trop souvent, dû renoncer aux produits frais, notre enseigne se devait d'être aussi très présente sur ces catégories. » explique Christophe Chineau, Président d'Intermarché et Netto, qui ajoute : « Nous allons encore plus loin pour aider les Français à faire face à l'inflation mais aussi à retrouver du plaisir au moment de l'acte d'achat. »

Et toujours « 1 000 produits à prix imbattables » dans les 314 Netto

Netto, l'enseigne alimentaire discount des Mousquetaires, continue de proposer à ses clients « 1 000 produits à prix imbattables » et, chaque fin de semaine, anime ses rayons Frais avec les « Alertes Discount ». Les 314 points de vente Netto de France associent ainsi les avantages du supermarché de proximité aux fondamentaux du discount.

À propos du Groupement Les Mousquetaires

À la tête de leurs points de vente indépendants, présents dans plus de 1 700 des 2 000 cantons de l'Hexagone, des plus ruraux aux plus urbains, les 3 000 chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs engagés dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins de leurs 7 enseignes Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité), les Mousquetaires disposent de leurs propres services d'appui, de leurs bases logistiques et de 56 usines agroalimentaires, toutes situées en France. Créé en 1969, le Groupement Les Mousquetaires emploie 150 000 salarié(e)s au service de la performance de plus de 3 100 points de vente de proximité en France. Les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, Pologne et Portugal. Pour en savoir plus www.mousquetaires.com

À propos d'Intermarché et Netto

Avec plus de 1 860 points de vente Intermarché en France (déclinés en 4 formats : super, contact, express, hyper), l'enseigne au modèle unique de "Producteurs & Commerçants" est le 2e distributeur indépendant de l'Hexagone. Intermarché s'engage contre la vie chère et pour le "mieux manger" en proposant des produits sains et accessibles issus, pour nombre d'entre eux, des 56 unités de productions d'Agromousquetaires, toutes situées en France et organisées en 6 pôles (Bœuf, Porc, Mer, Saveurs, Végétal, Circulaire). Intermarché offre une large gamme de produits, que l'enseigne améliore continuellement pour proposer des produits toujours plus sains et responsables, grâce à ses marques de distributeur alimentaire et non alimentaire dont les plus emblématiques sont : Pâturages (produits laitiers), Monique Ranou (charcuterie et traiteur), Paquito (fruits), Chabrior (céréales et biscuits), Saint-Eloi (légumes), Fiorini (saveurs italiennes), Bouton d'Or (surgelés, snacks et condiments), Odyssée (poisson), Expert club (vins du terroir français), Itinéraire des Régions (spécialités culinaires de nos régions), Pommette (produits bébés), Labell (hygiène et beauté), Apta (produits d'entretien) et Canailou (animaux). Pour en savoir plus www.intermarche.com Avec 313 points de vente en France (dont près de la moitié au nouveau concept POP/ Prix Optimisme Plaisir), Netto s'impose comme le seul hard discount alimentaire français. Cet ancrage lui permet aujourd'hui de proposer 80% des produits à marque Netto fabriqués en France, au sein d'une offre de 4 000 produits pour faire le plein de courses avec du frais discount, des prix imbattables pour 1 000 produits du quotidien et un espace déstockage. Pour en savoir plus <https://www.netto.fr>

Contact Presse : SOURCE RP

Charlotte Rabilloud : 01 85 78 66 32 / 06 62 03 28 34 - charlotte@source-rp.com

Michelle Kamar : 01 85 78 66 31 / 06 09 24 42 42 - michelle@source-rp.com

ⁱ Du vendredi 1^{er} au dimanche 03 septembre, dès 15 € d'achat, 100 % remboursés en bons d'achat sur toute la papeterie dans la limite de 25 €. Offre réservée aux porteurs de la carte fidélité.

ⁱⁱ Du mardi 29 août au dimanche 03 septembre, dès 15 € d'achat, 100 % remboursés en bons d'achat sur toute l'hygiène et la beauté dans la limite de 12,50 €. Offre réservée aux porteurs de la carte fidélité.